

УДК 316.77:001.8



© *Ирина Челышева*
заведующий кафедрой педагогики
и социокультурного развития личности
Таганрогского государственного
экономического университета (Россия),
кандидат педагогических наук, доцент

© *Irina Chelysheva*
Head of the Pedagogy
and Socio-Cultural Development of Personality dept.
of the Taganrog A. P. Chekhov Institute (branch)
of the Rostov State Economic University (Russia),
Ph.D in Pedagogy, Associate Professor
e-mail: ivchelysheva@yandex.ru

РОЛЬ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МЕТОДИК И ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ-ПСИХОЛОГОВ НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ*

В статье рассматриваются возможности применения медиаобразовательных методик и технологий в процессе развития межэтнической толерантности студентов на материале рекламных медиатекстов. Автором представлены примеры использования приемов и методов медиаобразования, используемых в процессе интеграции медиаобразовательного компонента в дисциплины учебного цикла будущих педагогов-психологов уровня бакалавриата и магистратуры.

Межкультурная коммуникация занимает все более прочное место в современном цифровом обществе. В процесс межкультурного обмена, межнационального диалога активно включено молодое поколение, которое осуществляет этот процесс не только в реальном общении, но и в медиапространстве. Совершенно справедливым в этой связи является мнение С. В. Венидиктова: «Медиакоммуникация как тип информационного

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 19-013-00030 «Отражение проблемы межэтнической толерантности студенческой молодежи в российском и англоязычном медиаобразовании постсоветского периода (1992–2020)», выполняемого в Ростовском государственном экономическом университете. Руководитель проекта — кандидат педагогических наук, доцент И. В. Челышева.

и социального взаимодействия выступает важным ресурсом утверждения плюрализма мнений, отстаивания общественных ценностей и интересов, влияния на принятие политических решений любого уровня. Достижение данных целей возможно путем закрепления диалоговых способов информационного взаимодействия, развития социальной и коммуникативной компетентности граждан, что обеспечит трансформацию среды функционирования государства и социума» [1, с. 50]. В этих условиях особенно важно развитие ценностных представлений и убеждений о межэтнической толерантности, составляющей ядро межнационального диалога современного молодого поколения.

Понятие межэтнической толерантности современной молодежи тесно связано с освоением компетенций, определяющих характер межкультурного и межнационального общения. В связи с этим нельзя обойти своим вниманием формирование межкультурной компетентности, рассматриваемой как «совокупность знаний, навыков и умений, при помощи которых индивид может успешно общаться с партнерами из других культур как на бытовом, так и на профессиональном уровне» [2, с. 20]. В структурном содержании данного понятия автором выделяется несколько взаимосвязанных компонентов: аффективных (толерантность, эмпатия), когнитивных (составляющих основу для взаимопонимания) и процессуальных (определяющих стратегические линии взаимодействия).

В условиях перехода к цифровому образованию в числе важнейших задач выступает изучение влияния информационных и медийных технологий на социокультурную и образовательную деятельность всех участников образовательных отношений [3]. В процессе профессиональной подготовки будущих педагогов-психологов развитие межэтнической толерантности играет особую роль, так как от личностного отношения будущих профессионалов и их ценностной позиции к проблемам межнациональных отношений будет зависеть отношение будущих воспитанников к проблемам построения межкультурного диалога. Поликультурный характер современного образовательного процесса в современной высшей школе предопределяет необходимость глубокого знания своей культуры и уважения к культуре других народов, а в практике отечественного, да и зарубежного опыта организации образовательного процесса межкультурный диалог тесно связывается с изучением истории, родного и иностранных языков, мировой художественной культуры и т. д. Одним из факторов решения этих проблем выступает медиаобразование. В современных условиях все более активно в процессе развития межэтнической толерантности будущих профессионалов

различных сфер используется комплекс медиаобразовательных методик и технологий, как интегрированных в различные предметы профессионального цикла уровня бакалавриата и магистратуры («Конфликтология», «Поликультурное образование», «Воспитательные традиции народов юга России» «Педагогическая аксиология», «Социально-педагогическая поддержка детей, пострадавших от насилия», «Этнопедагогика и этнопсихология» и др.), так и представленных в виде отдельных учебных курсов, посвященных решению проблем развития межэтнической толерантности студентов средствами и на материале медиаобразования: «Основы медиаобразования», «Развитие критического мышления», «Социология медиакультуры», «Методики и технологии медиаобразования» и др.).

Обоснованием для использования медиаобразовательных методик и технологий в процессе развития межэтнической толерантности студентов выступил проведенный компаративный анализ синтезирования ключевых медиаобразовательных моделей, представляющих наиболее перспективные направления для развития межэтнической толерантности, позволивший нам разработать и апробировать модель развития межэтнической толерантности студентов в контексте ведущих стратегий современного российского и англоязычного медиаобразования.

Исследовав содержательные компоненты в различных подходах к проблеме межэтнической толерантности, которая в отечественной и зарубежной (англоязычной) научной литературе имеет множество дефиниций и характеристик, к основным содержательным компонентам межэтнической толерантности мы можем отнести взаимопонимание, конструктивный диалог, взаимное уважение и сотрудничество представителей разных национальностей и этносов, взаимоприятие традиций и культурных ценностей в условиях культурного многообразия. Данная модель представляет собой совокупность целевого, методологического, организационно-деятельностного, рефлексивного и оценочно-результативного компонентов [4, с. 12].

Целевой компонент включает в себя определение целей и задач модели формирования межэтнической толерантности. Так, целью развития межэтнической толерантности студентов в контексте ведущих стратегий современного российского и англоязычного медиаобразования выступает формирование установок межэтнической толерантности студенческой аудитории средствами медиаобразования. В процессе достижения целей решается комплекс взаимосвязанных задач. Среди них развитие у аудитории аналитических, творческих, практических умений осуществления анализа теоретических проблем, организационных форм

медиаобразовательной деятельности по развитию межэтнической толерантности; знакомство студентов с основными методиками, технологиями и приемами медиаобразовательной деятельности в контексте развития межэтнической толерантности обучающихся на материале произведений медиакультуры разных видов и жанров [4, с. 46].

В медиаобразовательном процессе, направленном на развитие межэтнической толерантности студентов, одним из ведущих подходов выступает анализ произведений медиакультуры разных видов и жанров. Данный подход традиционно опирается на ключевые понятия медиаобразования, связанные с определением источника, типологии, восприятия, тематик, репрезентации медиатекстов с опорой на понятия *агентства медиа* (media agencies), *категории медиа* (media categories), *технологии медиа* (media technologies), *языки медиа* (media languages), *аудитории медиа* (media audiences), *медийные репрезентации* (media representations) [5].

В основе применения медиаобразовательных компонентов в процессе развития межэтнической толерантности студентов выступают: таксономия Б. Блума, определяющая знание, понимание, применение, анализ, синтез в ходе анализа произведений медиакультуры, технологические приемы развития критического мышления, активного обучения, ТРИЗ, проектные и игровые методы и т. д. Приведем примеры некоторых форм работы с произведениями медиакультуры, направленных на развитие межэтнической толерантности студенческой аудитории.

Технологический прием развития критического мышления «Парная работа» с опорой на понятие «медийные репрезентации» (media representations) был использован нами при анализе рекламных медиатекстов. После знакомства студентов с основными видами рекламы им было предложено принять участие в игре-импровизации «Время и человек». Для проведения этой игры участники разбиваются по парам, каждая из которых должна продемонстрировать небольшой диалог (приветствие, разговор, спор и т. д.) людей, живших в разные исторические периоды, посвященный проблеме межнациональных отношений, которые могли бы стать основой сценарной разработки рекламного медиатекста.

Важным способом постижения ключевых идей произведений медиакультуры выступает устное обсуждение рекламных медиатекстов. Во время устного обсуждения происходит обмен идеями, коллективное обсуждение ключевых моментов, художественных средств и т. д. В ходе выполнения творческих заданий студенты приобретают умения аргументированно высказывать свою точку зрения, а также знакомятся

с представлениями других участников о рекламном медиапроизведении. С опорой на понятие «языки медиа» (media languages) аудитории было предложено проанализировать этнические стереотипы в рекламных медиатекстах. С этой целью использовался прием развития критического мышления «Кластер», в ходе которого участники строят графическую модель, отражающую основной смысл использования этнических стереотипов. Как показывает практика использования данного приема, он позволяет составить наглядные примеры идей, мыслей, образов, заложенных в смыслообразовании рекламного медиатекста, лучше понять суть и ключевые идеи авторов рекламы. Так, в ходе изучения рекламной продукции студенческая аудитория учится выявлять причинно-следственные связи, ставить и отвечать на проблемные вопросы, сравнивать и выделять главное и т. д.

Прием «Перекрестные вопросы», базирующийся на понятии *аудитории медиа* (media audiences), позволяет студентам составить прогноз интереса целевой аудитории к тому или иному рекламному ролику, где использованы этнические стереотипы. Перекрестные вопросы также касаются основных проблем, связанных с межэтнической коммуникацией: взаимодействия представителей разных народов, построения конструктивного диалога между культурами разных национальностей, традиций, которые легли в основу того или иного рекламного медиаматериала. В ходе использования приема, который проводится в микрогруппах, аудитории предлагается составить серию вопросов, отвечая на которые, группа в итоге составляет свой прогноз о том, на какую аудиторию окажет наибольшее влияние тот или иной рекламный ролик, какие чувства и мысли он вызовет у представителей разных национальностей и этнических групп.

В процессе обсуждения рекламного медиатекста студентам предлагаются «пятиминутные эссе» — письменные творческие задания с целью осознания нравственных мотивов поступков героев, причин морального и нравственного выбора и т. д. Письменные задания позволяют аудитории активно включиться в мыслительный процесс, самостоятельно переосмыслить свои чувства, идеи, мысли по поводу просмотренного рекламного медиатекста и т. д.

После обсуждения рекламных медиатекстов, где нашли свое отражение темы межнациональных отношений, аудитории может быть предложено задание, основанное на технологии сторителлинга, в ходе которого им необходимо представить главных героев рекламы в других жизненных обстоятельствах, изменить концовку фильма, поменять героев

местами и т. д. Такие воображаемые ситуации, смоделированные аудиторией, способствуют более глубокому проникновению в понимание идеи и концепции того или иного рекламного медиатекста, пониманию проблем, которые можно рассматривать при проведении его анализа.

Важную роль в творческом процессе развития умения анализировать и интерпретировать рекламные медиатексты занимает проектная деятельность. Для представления проектов студенты объединяются в небольшие творческие группы, каждая из которых, выбрав определенный медиатекст/группу рекламных медиатекстов, представляет анализ определенных аспектов проблематики этнической идентичности. В числе предлагаемых тем для проектов студентам могут быть предложены следующие:

- Отражение проблемы этнической идентичности в рекламе.
- Этнические стереотипы в рекламе.
- Этнос и его репрезентация в рекламных медиатекстах и т. д.

Итак, использование медиаобразовательных методик и технологий в процессе развития межэтнической толерантности студентов — будущих педагогов-психологов показало, что они вызывают живой интерес у студенческой аудитории. Выполнение творческих заданий, разбор жизненных ситуаций на материале произведений рекламной медиаккультуры позволяют студентам лучше вникнуть в суть изучаемой проблемы учебной дисциплины, расширить кругозор, подобрать методические приемы, которые можно использовать в будущей профессиональной деятельности, способствуют формированию ценностного отношения к проблемам межэтнической толерантности.

Список основных источников

1. Венидиктов, С. В. Медиакommunikация как тип информационного и социального взаимодействия / С. В. Венидиктов // *Thesaurus* : зб. навук. прац / Магілёўскі інстытут Міністэрства ўнутраных спраў Рэспублікі Беларусь. — Магілёў, 2020. — Вып. VII : Лічбавы свет. — С. 44–52.
2. Садохин, А. П. Межкультурная компетентность: понятие, структура, пути формирования [Электронный ресурс] / А. П. Садохин // ЖССА. — 2007. — № 1. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kompetentnost-ponyatie-struktura-puti-formirovaniya>. — Дата доступа: 17.03.2021.
3. Demidov, A. A. Development of digital skills and media education system: from the organization of environmental education of preschool children to the ict competence of teachers [Electronic resource] / A. A. Demidov, T. A. Syrina, A. L. Tretyakov // *Media Education (Mediaobrazovanie)*, 2020. — № 60 (4). —

Рр. 11–23. — Mode of access: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42548802> — Date of access: 17.03.2021.

4. Чельшева, И. В. Развитие межэтнической толерантности студенческой молодежи средствами медиаобразования: опыт практической реализации / И. В. Чельшева // М. : ОД «Информация для всех», 2020. — 76 с.

5. Chelysheva, I. V. A model for developing university students' interethnic tolerance in the context of leading modern media education strategies in Russia and English-speaking countries [Electronic resource] / I. V. Chelysheva, G. V. Mikhaleva // Media Education (Mediaobrazovanie) — 2020. — № 60 (4). — Pp. 581–590. — Mode of access: http://ejournal53.com/journals_n/1607532616.pdf. — Date of access: 17.03.2021.

THE ROLE OF MEDIA EDUCATIONAL METHODS AND TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF INTERETHNIC TOLERANCE OF FUTURE TEACHERS-PSYCHOLOGISTS ON THE EXAMPLE OF ADVERTISING MEDIATEXTS

The article discusses the possibilities of using media educational methods and technologies in the process of developing interethnic tolerance of students on the material of advertising media texts. The author presents examples of the use of techniques and methods of media education used in the process of integrating the media education component into the disciplines of the educational cycle of future educational psychologists at the bachelor's and master's degrees.

УДК 81.42



© **Инна Черкасова**

*профессор кафедры иностранных языков и методик их преподавания
Армавирского государственного педагогического
университета (Россия),
доктор филологических наук, профессор*

© **Inna Cherkasova**

*Professor of the Foreign Languages
and Methods of Teaching dept. of the Armavir
State Pedagogical University (Russia),
Doctor of Philology, Associate Professor
e-mail: inna_cherkasova@mail.ru*

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В ДИСКУРСЕ СМИ

Статья посвящена изучению основных характеристик межкультурной коммуникации, представленных в медиадискурсе. Медиадискурс рассматривается как сложное структурно-семантическое образование, аксиологическая